

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Era informasi merupakan sebuah era yang dimana merupakan fase yang kini dijalani oleh masyarakat pada umumnya. Secara umum ada empat jaman yang telah dilewati manusia: zaman prasejarah, era agraria, era industri dan era informasi. Masing-masing era memengaruhi gaya hidup dan juga cara mencari sumber penghidupan.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), di mana mereka mendemonstrasikan bagaimana dengan hardware dan software komputer yang berbasis UNIX, kita bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon. Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan, kehandalan, seberapa besar informasi dapat dipindahkan, dan akhirnya semua standar yang mereka tentukan menjadi cikal bakal pembangunan protokol baru yang sekarang dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*).

Mendekati abad ke-21, jaringan internet sudah merambah luas ke seluruh penjuru dunia. Semakin ke sini, koneksi internet makin cepat dan makin murah. Dan inilah dimulainya era informasi. Di era informasi, gaya hidup atau life style manusia sudah mulai berubah drastis. Sebelumnya, untuk

berkomunikasi orang menggunakan kurir dengan mengirimkan surat, kini berubah. Email, telepon, internet dan perangkat-perangkat komunikasi lain menjadi sarana yang cepat untuk komunikasi. Bahkan hingga saat ini, dengan munculnya berbagai jejaring sosial, komunikasi dan informasi begitu sangat cepat. Dunia seolah tidak ada batas ruang dan waktu. Jarak yang jauh menjadi sangat dekat.

Premis yang berlaku pun ikut berubah. Di era informasi ini premis berlaku bahwa siapa yang menguasai informasi, maka dialah yang akan menguasai dunia. Peradaban berubah begitu cepat. Cara mencari penghidupan pun sangat cepat. Informasi begitu cepatnya didapatkan. Di era sebelumnya, faktor-faktor penentu kesuksesan seseorang adalah berkaitan dengan kompetensi diri yang bisa dilihat orang, namun di era ini bukan lagi yang dominan, bahkan cenderung berubah. Orang cukup duduk di rumah, di depan komputer, berselancar, ia pun bisa sangat kaya raya.

*Online business* kini bisa dikerjakan di dalam rumah. Kantor tidak lagi selalu berada di gedung-gedung. Pekerjaan tidak lagi selalu harus dilakukan di kantor. Di mana pun orang bisa melakukan pekerjaan. Website, jejaring sosial, email, messenger adalah contoh-contoh aspek informasi yang telah mengubah cara hidup manusia dalam banyak hal. Jika di era sebelumnya orang bersekolah tinggi untuk mendapatkan pekerjaan dan penghasilan layak, berdasi dan berpakaian perlene sebagai suatu prestise dan lambang kesuksesan, kini tidak lagi menjadi hal mutlak sebagai cara meraih kesuksesan.

*Online business* telah menjadikan ribuan bahkan jutaan orang tidak perlu keluar rumah untuk menjadi sukses. Tidak perlu lagi diperlukan sekolah tinggi untuk mendapatkan posisi penting. Cukup belajar informasi, menguasainya, maka ia pun akan sukses. Pada era informasi sekarang ini berjualan tidak perlu lagi tanah dan bangunan khusus atau outlet yang tentunya membutuhkan modal lebih banyak. Dalam aspek keuangan, *Online business* sendiri memberikan solusi kemudahan dalam kebutuhan modal awal yang sering kali menjadi kendala dalam berbisnis. Alokasi dana besar yang sedianya digunakan untuk membangun atau sewa gedung menjadi terpangkas dan menjadikan peluang untuk membuka usaha semakin luas.

Saat ini sudah sangat populer berjualan di media internet atau *Online shop*. Pengertian *Online Shop* sendiri adalah sebuah media yang memungkinkan customer membeli barang atau jasa secara langsung dari seller dengan media internet menggunakan web browser. Dengan adanya online shop kita sebagai pembeli bisa belanja berbagai macam kebutuhan tanpa harus bertatap muka dengan penjual.

*Online Shop* sendiri memiliki keunggulan dalam hal yang lebih ekonomis. Selain tidak memakan waktu serta *cost* yang cukup banyak, online shop juga menawarkan banyak sekali hal yang tidak dapat diberikan oleh toko konvensional pada umumnya. Seperti kemudahan dalam bertransaksi, biaya yang lebih ekonomis serta efisien, penawaran produk yang lebih beragam, dan tentunya tenaga yang dikeluarkan menjadi banyak berkurang.

Tokopedia merupakan salah satu contoh nyata tentang bagaimana *Online Shop* sudah begitu merambah di masyarakat Indonesia. Dimana, Tokopedia merupakan sebuah badan usaha yang menjamin keamanan dalam bertransaksi *online*. Tokopedia bukan hanya satu-satunya yang mampu menjadi sebuah contoh usaha yang menawarkan teknologi *Online Shopping*, adapula Kaskus, Lazada, Blibli.com, bukalapak, olx dan sebagainya.



Kerjasama BPS-APJII, survey P2TIK 2013

Gambar 1.1 penggunaan internet sektor bisnis 2013

Gambar 1.1 menunjukkan dari sisi pemanfaatan internet di sektor bisnis, ternyata e-mail (mengirim dan menerima) menduduki posisi teratas (95,75%), kedua internet dimanfaatkan untuk mencari berita/informasi (78,49%), ketiga mencari barang/jasa (77,81%), keempat informasi lembaga pemerintahan (tender) sebesar (65,07%), kelima untuk sosial media (61,23%), dan melakukan pembelian barang/jasa (45%).

Tujuan Penggunaan Internet di Jawa dan Bali

	DKI Jakarta	Jawa Barat	Jawa Tengah	DI Yogyakarta	Jawa Timur	Banten	Bali
Mengirim/menerima e-mail	83.8	81.8	82.9	93.5	85.7	91.4	93.3
Social Media	46.4	58.5	51.0	70.9	49.6	57.1	62.2
VOIP	27.2	18.1	15.9	22.5	18.0	28.5	35.5
Video Conferencing	19.1	22.2	14.8	16.1	14.2	20.0	24.4
Mencari Informasi barang/jasa	66.6	75.7	68.0	87.1	66.9	77.1	77.7
Mencari Informasi lembaga pemerintahan	55.5	69.7	62.7	74.1	55.6	65.7	57.7
Mencari Informasi berita	63.6	73.7	72.3	87.1	62.4	74.2	91.1
Menerima pemesanan barang/jasa	45.4	48.4	51.0	74.1	42.8	60.0	51.1
Melakukan pembelian barang/jasa	39.3	40.4	40.4	54.8	35.3	40.0	46.6
Pengadaan barang/jasa atau BUMN secara elektronik	20.2	14.1	13.8	12.9	14.2	17.1	15.5
Internet Banking	49.4	41.4	40.4	51.6	45.1	25.7	64.4
Mengakses fasilitas finansial lainnya	38.3	36.3	30.8	45.1	27.8	34.2	35.5
Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	54.5	59.6	54.2	77.4	39.8	54.2	71.1
Merekrut calon tenaga kerja	41.4	27.2	32.9	51.6	31.5	31.4	60.0
Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja	27.2	13.1	17.0	16.1	13.5	22.8	20.0
Lainnya	3.0	4.0	4.2	9.6	4.5	5.7	-

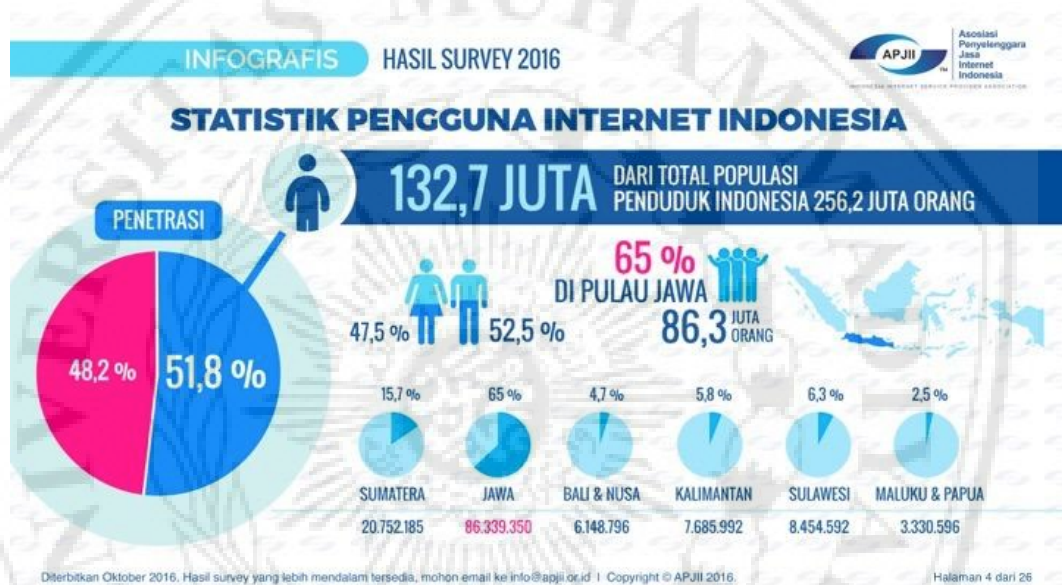
Kerjasama BPS-APJII, survey P2TIK 2013

Tertinggi

Kedua tertinggi

Gambar 1.2 Tujuan Penggunaan Internet di Jawa dan Bali 2013

Gambar 1.2 menunjukkan dari sisi pemanfaatan internet di sektor bisnis untuk wilayah Jawa Timur, ternyata e-mail (mengirim dan menerima) menduduki posisi teratas (85,7%), kedua mencari informasi barang/jasa (77,1%), ketiga internet dimanfaatkan untuk mencari berita/informasi (74,2%), keempat untuk sosial media (49,6%), dan melakukan pembelian barang/jasa (35,3%).



Gambar 1.3 Statistik Pengguna Internet Indonesia 2016

Gambar 1.3 menunjukkan Pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2016 telah mencapai 132,7 juta (51,8 %) dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 256 juta pengguna. Penyebaran pengguna internet di Indonesia masih di dominasi di pulau Jawa sebanyak 65 persen (86,3 juta orang) disusul dengan Sumatra (15,7 %), Sulawesi (6,3%), Kalimantan (5,8 %), Bali dan Lombok (4,7%), Maluku dan Papua (2,5%). Konten komersial yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia sebagian besar adalah online shop (62%) dan bisnis personal (34,2%). Untuk konten media sosial yang

paling sering dikunjungi ialah facebook (54%), Instagram (15%) dan Youtube (11%).

Fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat saat ini menunjukkan bahwa peluang usaha menggunakan layanan *Online* dimana ini termasuk kedalam layanan konten komersil yang disebut *Online Shop* memiliki peluang pasar yang sangat besar sejumlah (62%) dari 132,7 juta dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 256,2 juta orang.

Basis online sendiri berada pada bagaimana tidak adanya toko secara fisik, dan cenderung memanfaatkan teknologi terbaru seperti *smartphone* yang menyajikan fitur-fitur pendukung seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Tumblr, Blog, Line, Whatsapp, dan Pinterest*, dengan banyaknya aplikasi tersebut para calon investor maupun yang sudah bergerak memanfaatkan semua aplikasi tidak berbayar yang telah disediakan secara luas oleh para vendor pendukung yang berbasis pada *Windows, Android, dan IOS-Apple*. Seperti yang kita ketahui juga bahwa banyak contoh *Online Shop* yang sudah besar seperti *www.lazada.com, www.olx.com, www.tokopedia.com, www.bukalapak.com, www.zalora.com* .  
dsb

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha untuk memperoleh harta kekayaan tersebut. Salah satunya adalah dengan melakukan investasi. Kata investasi merupakan kata adopsi dari bahasa inggris, yaitu *investment*. Kata *invest* sebagai kata dasar dari *investment* yang memiliki arti menanam. Dalam *Webster's New Collegiate Dictionary*, kata *invest* didefinisikan sebagai *to*

*make use of for future benefits or advantages and commit (money) in order to earn a financial return.* Kemudian kata *investment* diartikan sebagai *the outly of money use for income or profit.*

Kata investasi dalam kalimat tersebut merupakan kata adopsi dari bahasa inggris, yaitu *Investment*. Dalam kamus istilah pasar modal keuangan investasi diartikan sebagai penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. (Arifin, 2003:7).

Investasi merupakan bagian penting dalam perekonomian yang mana mengandung risiko karena berhadapan dengan unsur ketidakpastian dimana perolehan kembaliannya (*return*) tidak pasti dan tidak tetap. Investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. (Halim, 2005:4).

Dasar dalam pengambilan sebuah keputusan investasi bisa mengacu pada nilai (*return*) tingkat keuntungan investasi yaitu *expected return* (return yang diharapkan), *realized return* (return aktual). Adapun risiko atau kemungkinan return aktual berbeda dengan return yang diharapkan yaitu risiko sistematis (*systematic risk*) atau risiko pasar (*general risk*) dan risiko tidak sistematis (*unsystematic risk*) atau risiko perusahaan (risiko spesifik ).

Penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Pengertian keberhasilan ini mungkin bisa ditafsirkan agak berbeda-beda. Ada yang menafsirkan dalam



artian yang lebih terbatas, ada juga yang mengartikan dalam artian yang lebih luas. Artian yang lebih terbatas, terutama dipergunakan oleh pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomis suatu investasi, sedangkan dari pihak pemerintah, atau lembaga *non-profit*, pengertian menguntungkan bisa dalam arti yang lebih relatif. (Husnan, 2000:4).

Evaluasi Proyek, juga dikenal sebagai studi kelayakan proyek (atau studi kelayakan bisnis pada proyek bisnis), merupakan pengkajian suatu usulan proyek (atau bisnis), apakah dapat dilaksanakan (*go project*) atau tidak (*no go project*), dengan berdasarkan berbagai aspek kajian. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah suatu proyek dapat dilaksanakan dengan berhasil, sehingga dapat menghindari keterlanjuran investasi modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. (Guido, 2009)

Dilihat dari kapan evaluasi dilakukan pada proyek, dapat dibedakan 4 jenis evaluasi proyek:

1. Evaluasi terhadap usulan proyek yang akan didirikan (*pre-project evaluation*)
2. Evaluasi terhadap proyek yang sedang dibangun (*on-construction project evaluation*)
3. Evaluasi terhadap proyek yang telah dioperasionalkan (*on-going project evaluation*)
4. Evaluasi terhadap proyek yang telah berakhir (*post-project evaluation study*)

Dalam penilaian sebuah kelayakan suatu proyek, terdapat aspek-aspek yang digunakan sebagai alat penilai suatu proyek dikatakan layak atau tidak. Aspek-aspek tersebut adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek keuangan, aspek manajemen organisasi dan ekonomi sosial. (Husnan, 2000:17)

Persiapan jangka panjang dapat dilakukan dengan memakai teori kelayakan bisnis yang berfungsi sebagai alat penentu kelayakan bisnis *online*, biaya serta sebagai alat dasar analisis, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian dalam menilai layak atau tidaknya investasi yang dilakukan terhadap *Online Shop* yang akan dilakukan dengan berhasil atau menguntungkan secara ekonomis. Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil judul penelitian: “Evaluasi Kelayakan Usaha *Online Shop* yang Berdomisili di Kota Malang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah tentang apakah investasi *Online Shop* layak dilaksanakan ?

## **C. Batasan**

Untuk menghindari keluasan masalah, maka peneliti membatasi penelitian pada 15 *Online Shop* terpilih yang berdomisili di kota Malang, dimana untuk mengevaluasi kelayakan usaha *Online Shop* melihat kepada 5 aspek kelayakan. ( Aspek Pasar Pemasaran, Aspek Teknis Produksi, Aspek Organisasi Manajemen, Aspek Ekonomi Sosial dan Aspek Keuangan ).

#### **D. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan investasi pada *Online Shop*.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Bagi Manajemen *Online Shop***

Perusahaan sebagai manajer investasi dalam hal ini adalah *Online Shop*, diharapkan dapat melihat ulang investasi yang telah dilakukan, melalui pengembangan strategi yang baik dalam melakukan alokasi dana yang efektif supaya tidak mengalami kerugian akibat investasi yang telah dilakukan.

##### **2. Bagi Kreditur**

Kreditur diharapkan dapat memperoleh informasi mengenai keputusan investasi yang telah diambil oleh para pemilik *Online Shop* terdahulu.

##### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Menjadikan sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk mengkaji dan meneliti lebih jauh lagi berkaitan dengan keputusan investasi.